

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023a). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal IV 2022*. Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022><https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-iv-2022>
- Ahdiat, A. (2023b). *Awal 2023, Pengunjung E-Commerce Indonesia Menurun*. Databook. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/awal-2023-pengunjung-e-commerce-indonesia-menurun#:~:text=Tren kunjungan kesitus e,mendapat 143%2C6 juta kunjungan](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/awal-2023-pengunjung-e-commerce-indonesia-menurun#:~:text=Tren%20kunjungan%20kesitus%20e,mendapat%20143%2C6%20juta%20kunjungan.).
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa*. In *penerbit Alfabeta* (Vol. 1, Issue 1). [http://www.nutricion.org/publicaciones/pdf/prejuicios\\_y\\_verdades\\_sobre\\_grasas.pdf%0Ahttps://www.colesterolfamiliar.org/formacion/guia.pdf%0Ahttps://www.colesterolfamiliar.org/wp-content/uploads/2015/05/guia.pdf](http://www.nutricion.org/publicaciones/pdf/prejuicios_y_verdades_sobre_grasas.pdf%0Ahttps://www.colesterolfamiliar.org/formacion/guia.pdf%0Ahttps://www.colesterolfamiliar.org/wp-content/uploads/2015/05/guia.pdf)
- Cahyati, P. (2019). Analysis of Satisfaction in Increasing Loyalty through Trust (Study on BPJS Participant Patients at UPT Puskesmas Cimaragas Ciamis Regency). *Literatus*, 3(1), 103–117.
- Dewi Anggraini. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Iklan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Aplikasi Mobile Traveloka. *Skripsi*.
- Elitan, L., & Prayogo, C. (2022). Increasing online Purchase through Perceived Usefulness, Perceived Risk and Perceived Kemudahan Penggunaan. *Ekoma : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(2), 263. [https://www.researchgate.net/publication/361239274\\_Increasing\\_online\\_Purchase\\_through\\_Perceived\\_Usefulness\\_Perceived\\_Risk\\_and\\_Perceived\\_Ease\\_of\\_Use](https://www.researchgate.net/publication/361239274_Increasing_online_Purchase_through_Perceived_Usefulness_Perceived_Risk_and_Perceived_Ease_of_Use)
- Febriyani, D. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa Ust Yogyakarta Pengguna Zalora. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fikri, A. A., Arifin, S., & Fahrudin, F. (2022). ANALISIS PERBANDINGAN TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI MARKETPLACE SHOPEE PADA MASA PANDEMI COVID 19. *UNFAS*, 2(8 5.2017), 156.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, August, 336.
- Gunawan, A. V., Linawati, L., Pranandito, D., & Kartono, R. (2019). The Determinant Factors of E-Commerce Purchase Decision in Jakarta and Tangerang. *Binus Business Review*, 10(1), 21–29.

- <https://doi.org/10.21512/bbr.v10i1.5379>
- Harun, A., & Ayu Salmah, N. N. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(2), 114. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i2.4318>
- KIEW, C. C., ABU HASAN, Z. R., & ABU HASAN, N. (2021). Factors Influencing Consumers In Using Shopee For Online Purchase Intention In East Coast Malaysia. *Universiti Malaysia Terengganu Journal of Undergraduate Research*, 3(1), 45–56. <https://doi.org/10.46754/umtjur.2021.01.006>
- Kurniawan, A. (2018). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Pertama* (1st ed.). ALFABETA, CV.
- Larassati, A., & Siswoyo, S. T. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Lazada terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(2). <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v1i2.647>
- Latifah, E. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 21–27.
- Maulana, T. M. M., & Nasir. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2).
- Meirizky Girdayanto, T., Fernandes Andry, J., Ivana Limawal, I., Debby, F., & Bunda Mulia Jubiko, U. (2022). ANALISIS USER INTERFACE PADA WEBSITE BUKALAPAK DENGAN METODE HEURISTIC. *Jurnal Narada*, 9(April), 38–39. <https://doi.org/10.2241/narada.2022.v9.i1.003>
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548–557. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.204>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Muzakki, R., & Hakim, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Pada UPTD Puskesmas. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian 2020*, 122–134.
- Napitupulu, M. H., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 789–800. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>
- Olonite, O. A. (2022). Olonite Sampling Technique and Taro Yamane Sampling

- Method: The Paradigm Shift. *SSRN Electronic Journal*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3994018>
- Orús, C., Ibáñez-Sánchez, S., & Flavián, C. (2021). Enhancing the customer experience with virtual and augmented reality: The impact of content and device type. *International Journal of Hospitality Management*, 98(July).  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103019>
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS*. START UP.
- Putri, N. A. R., & Iriani, S. S. (2019). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(2), 69.  
<https://doi.org/10.31504/komunika.v8i2.2391>
- Qurtubi, Yudhistira, G. A., Febrianti, M. A., Rachmadewi, I. P., & Purnomo, H. (2022). The Role of e-Commerce: A Systematic Literature Review. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 16(13), 118–129.  
<https://doi.org/10.3991/ijim.v16i13.30611>
- Saripudin, & Faihaputri, N. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Di E-Commerce JD.id). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 05(02), 1200–1210.
- Satria, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus di Puskesmas Kecamatan Depati VII Kabupaten Kerinci). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 78.  
<https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.230>
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.
- Sinaga, C. L., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 24–38.  
<https://stieamkop.ac.id/journal/index.php/yume/article/view/3833/2494>
- Stanton, W. J., Purnomo, P., Setiawan, R., Wisnu, F. S., Octa, A., Kurniawan, R., Sukma, A., Kotler, P., Keller, K. L., Fuad, M., H. C., Nurlala, Sugiarto, F, P. Y. E., Cahyati, I. F., Lubis, N., & Susanta, H. (2019). Prinsip Pemasaran. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 77–84.  
<https://distribusipemasaran.com/8-tahap-proses-pengembangan-produk-baru-new-product-development-process/>
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha (ed.); Vol. 1). ANDI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi (Cet. 1)* (1st ed.). Pustaka Baru Pres.
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Pres.
- Sujarweni Wiratna. (2015). Metodologi Penelitian - Bisnis dan Ekonomi. In *Metodologi Penelitian*. <https://doi.org/10.1145/2505515.2507827>
- Wijaya, D. W., & Wibawa, A. P. (2020). Manakah yang Lebih Diminati

- Masyarakat?: Bukalapak, Tokopedia atau Shopee. *Performance*, 27(2), 13.  
<https://doi.org/10.20884/1.jp.2020.27.2.2581>
- Wulansari, D. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI*, 1(1).  
<https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i1.60>
- Yusuf, A., Gaffar, V., Hurriyati, R., & Wibowo, L. A. (2023). E-Trust in E-Commerce : A Systematic Literature Review. *Creative Commons*, 638–644.